



POLICY BRIEF

Prof. Olivia Fachrunnisa, S.E., M.Si., Ph.D.

Penguatan Ekosistem Sumber Daya Pengetahuan Untuk Peningkatan Daya Saing Umkm Ekonomi Kreatif Jawa Tengah

RINGKASAN EKSEKUTIF (EXECUTIVE SUMMARY)

UMKM sektor kreatif di Indonesia menghadapi tantangan besar dalam menghadapi dinamika pasar digital, perubahan preferensi konsumen, dan persaingan global. Transformasi digital bukan sekadar adopsi teknologi, tetapi juga kemampuan beradaptasi secara lincah (agile), memanfaatkan sumber daya pengetahuan, serta mengelola keterlibatan digital secara strategis. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memahami bagaimana UMKM sektor ekonomi kreatif—khususnya di wilayah Jawa Tengah—dapat bertransformasi secara digital guna meningkatkan daya saing, inovasi, dan keberlanjutan bisnis. Dalam konteks era digital, kemampuan UKM untuk menjadi lincah dan adaptif menjadi kunci sukses yang tidak hanya berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga pada pelestarian budaya dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian dilakukan dengan fokus pada kemampuan penyerapan pengetahuan, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan perangkat digital, serta mengevaluasi bagaimana ketiga faktor tersebut mendorong transformasi digital dan keunggulan kompetitif UKM kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan penyerapan pengetahuan, keterlibatan aktif dalam penggunaan media sosial dan kepemilikan sumber daya digital pada UKM akan meningkatkan kelincahan organisasional yang pada akhirnya akan mendorong kesuksesan transformasi digital. Meskipun UMKM sektor kreatif di Jawa Tengah telah menunjukkan kemajuan yang signifikan, tantangan keberlanjutan dan pemerataan digitalisasi menuntut kebijakan lanjutan yang lebih strategis. Ketimpangan kelincahan digital dan kurangnya kemampuan untuk menyerap pengetahuan yang unik dan bermanfaat serta kurang meratanya sumber daya digital membuat luaran dari upaya transformasi digital pada UKM menjadi kurang maksimal. Berdasarkan masalah tersebut, maka policy brief ini merekomendasikan penguatan ekosistem pengetahuan dan inovasi (digital knowledge and innovation hubs) dengan membangun pusat kolaborasi lokal berbasis digital untuk mendorong inovasi terbuka dan pertukaran praktek bisnis terbaik bagi peningkatan daya saing UMKM Jawa Tengah.

PENDAHULUAN

Transformasi digital didefinisikan sebagai proses perombakan proses bisnis, layanan, dan peran melalui teknologi untuk memastikan keberlangsungan dan daya saing dalam lingkungan yang berubah dengan cepat (Ismail dkk., 2018). Selain itu, transformasi digital mengacu pada proses mengintegrasikan teknologi digital ke dalam semua aspek operasional, model bisnis, dan strategi organisasi untuk mengubah secara fundamental cara organisasi memberikan nilai kepada pelanggan dan beroperasi dalam lingkungan yang dinamis (Fachrunnisa dkk., 2020.). Meskipun banyak penelitian sebelumnya (Baiyere et al., 2018, 2020; Kerroum et al., 2020; Saragih et al., 2021) berpendapat bahwa kelincahan organisasional mendorong keberhasilan teknologi digital, sebagian besar literatur menghasilkan sedikit bukti empiris bagaimana hal tersebut benar benar terjadi. Sehingga, penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memahami bagaimana UMKM sektor ekonomi kreatif—khususnya di Jawa Tengah—dapat bertransformasi secara digital guna meningkatkan daya saing, inovasi, dan keberlanjutan bisnis. Jawa Tengah memiliki basis pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sangat besar, dengan lebih dari 4,2 juta unit usaha. Dari jumlah tersebut, subsektor ekonomi kreatif menjadi salah satu penopang penting karena menyerap lebih dari 4,3 juta tenaga kerja (data 2022). Potensi besar ini membuat UMKM kreatif berperan tidak hanya sebagai motor pertumbuhan ekonomi, tetapi juga sebagai penguat struktur sosial, penciptaan lapangan kerja, serta sarana pemberdayaan masyarakat di perkotaan maupun pedesaan.

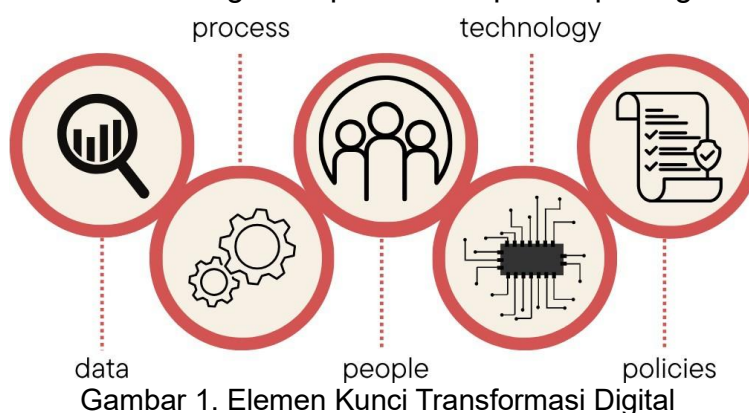
Secara ekonomi, kontribusi UMKM dan ekonomi kreatif terbukti nyata. Pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah pada triwulan II tahun 2025 mencapai 5,28 persen, melampaui rata-rata nasional, dan sebagian besar didorong oleh aktivitas UMKM, inovasi kreatif, serta digitalisasi usaha. Peran sektor kreatif semakin strategis karena tidak hanya menghasilkan produk bernilai tambah, tetapi juga meningkatkan inklusi keuangan, membuka peluang pendapatan baru, dan memperkuat daya saing produk lokal di pasar nasional maupun internasional. Berbagai upaya telah dilakukan untuk mendorong transformasi digital UMKM di Jawa Tengah. Program pelatihan dan bimbingan teknis digital, inkubasi ekonomi kreatif di Kota Salatiga, creative hub di Semarang dan Sragen, galeri produk kreatif di Kota Lama Semarang, hingga kolaborasi swasta seperti Ninja Xpress Hub dan Hetero Space, menunjukkan bahwa ekosistem kreatif mulai tumbuh. Namun, inisiatif yang ada masih bersifat terfragmentasi, cenderung berbasis event, dan belum sepenuhnya terhubung dalam satu ekosistem digital terpadu yang dapat menjangkau seluruh subsektor dan wilayah di Jawa Tengah.

RPJMD Jawa Tengah 2025–2029 sendiri telah menempatkan transformasi digital dan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif sebagai salah satu strategi pembangunan utama. Hal ini diarahkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan daya saing daerah di tingkat nasional maupun global. Dengan demikian, tantangan utama saat ini bukan sekadar melanjutkan program inkubasi dan pelatihan, tetapi membangun sebuah platform digital holistik yang mengintegrasikan repository pengetahuan, layanan mentoring dan advisory, dukungan HKI, insight pasar, akses pembiayaan, hingga showcase produk kreatif. Penelitian telah dilakukan dengan fokus pada kemampuan penyerapan pengetahuan, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan

perangkat digital, serta mengevaluasi bagaimana ketiga faktor tersebut mendorong transformasi digital dan keunggulan kompetitif UMKM kreatif.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan penyerapan pengetahuan, keterlibatan aktif dalam penggunaan media sosial dan kepemilikan sumber daya digital pada UMKM akan meningkatkan kelincahan organisasional yang pada akhirnya akan mendorong kesuksesan transformasi digital pada UMKM. Transformasi digital bukan sekedar menyiapkan berbagai aplikasi pendukung dan memaksa UMKM untuk go-digital. Transformasi digital melibatkan sebuah prosedur dan proses yang memiliki interkoneksi mulai dari pengelolaan data, pengelolaan sumber daya manusia pelaku bisnis, penguatan teknologi dan penguatan kebijakan pendukung. Secara singkat, aktivitas transformasi digital dapat dideskripsikan pada gambar 1.



Gambar 1. Elemen Kunci Transformasi Digital

Hasil penelitian menunjukkan beberapa faktor kunci untuk kesuksesan transformasi digital sebagai berikut:

1. Kemampuan Penyerapan Pengetahuan (Absorptive Capacity)

UMKM yang memiliki akses dan kemampuan untuk menyerap pengetahuan eksternal—baik dari komunitas, institusi pendidikan, maupun pelanggan— dan pengetahuan internal lebih mampu berinovasi dan mempercepat transformasi digitalnya.

2. Keterlibatan Media Sosial Bisnis

Penggunaan media sosial tidak hanya mendukung pemasaran, tetapi juga membangun jejaring, kepercayaan pelanggan, dan pencitraan merek. Hal ini memperkuat posisi UMKM di pasar digital yang kompetitif.

3. Pemanfaatan Perangkat Digital

Adopsi teknologi digital, seperti platform e-commerce, sistem manajemen pelanggan, hingga penggunaan AI sederhana untuk analitik pasar, menjadi faktor pendorong kelincahan UMKM dalam menghadapi dinamika pasar

4. Kelincahan organisasional

Kelincahan organisasi merupakan kemampuan untuk merespon dengan cepat dan efektif terhadap perubahan lingkungan internal dan eksternal yang dinamis. Kelincahan ini dapat diindikasikan dengan kecepatan pembuatan keputusan, fleksibilitas dan adaptif dalam menyusun strategi bisnis, pembelajaran berkelanjutan serta kemampuan berkolaborasi dan berkomunikasi. UMKM dengan

kelincahan yang tinggi akan lebih sukses dalam mentransformasi bisnis mereka.

Temuan lain dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kelincahan organisasi memainkan peran mediasi yang krusial dalam hubungan antara kemampuan penyerapan pengetahuan, keterlibatan media sosial, dan sumber daya digital dengan transformasi bisnis. UMKM di industri kreatif yang secara efektif memanfaatkan sumber daya ini lebih siap untuk beradaptasi dengan perubahan dinamis dan mencapai transformasi digital. Secara spesifik, penyerapan pengetahuan, keterlibatan media sosial, dan sumber daya digital secara positif memengaruhi kelincahan organisasi, yang pada gilirannya memperkuat transformasi bisnis. Studi ini menyoroti pentingnya sumber daya pengetahuan dan kelincahan digital untuk memastikan keunggulan kompetitif dan transformasi yang sukses di era digital. Hasil penelitian juga menegaskan bahwa keterlibatan media sosial berdampak positif pada transformasi digital dengan memungkinkan bisnis mengakses informasi yang relevan, memperbarui pengetahuan, dan membina komunikasi dua arah dengan para pemangku kepentingan. Media sosial memfasilitasi interaksi antara organisasi, pemasok, dan pelanggan, sehingga meningkatkan kelincahan dan daya tanggap organisasi. Dengan memanfaatkan platform media sosial, UMKM dapat meningkatkan sumber daya pengetahuannya, mendorong inovasi, dan mendukung transformasi bisnis yang efektif.

Peran kapabilitas penyerapan pengetahuan adalah untuk memungkinkan organisasi memperoleh, mengasimilasi, mentransformasi, dan memanfaatkan pengetahuan dari sumber internal dan eksternal. Kapabilitas ini meningkatkan kelincahan organisasi dengan membantu bisnis beradaptasi terhadap perubahan dinamis, memecahkan masalah, dan membuat keputusan yang tepat. Kapabilitas ini juga mendukung transformasi bisnis dengan menumbuhkan budaya belajar, mendorong inovasi, dan memfasilitasi adopsi teknologi digital. Bagi UMKM, kapabilitas penyerapan pengetahuan sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan mencapai transformasi digital yang sukses.

REKOMENDASI KEBIJAKAN

Beberapa data empiris telah menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM sektor kreatif di Jawa Tengah telah menunjukkan tren positif. Penerapan teknologi digital mulai mendorong peningkatan akses pasar, seperti terlihat pada pertumbuhan ekspor subsektor kriya, kuliner, dan fesyen yang semakin menembus pasar nasional maupun internasional. Selain itu, pelaku UMKM yang memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan transaksi terbukti lebih adaptif terhadap perubahan tren konsumen serta mampu menjaga pertumbuhan omzet meski dalam situasi ekonomi yang menantang. Namun, diperlukan kebijakan yang lebih strategis dan inklusif agar transisi ini tidak hanya menghasilkan pertumbuhan ekonomi, tapi juga memperkuat sustainabilitas usaha melalui modal pengetahuan untuk kelincahan berinovasi. Beberapa faktor yang menjadi alasan perlunya kebijakan lanjutan adalah:

1. Skalabilitas Inovasi dan Kolaborasi Lintas Sektor Masih Terbatas

Banyak inisiatif inovatif masih sporadis dan tidak terkoneksi satu sama lain, sehingga dibutuhkan kebijakan yang mendukung pembentukan klaster ekosistem dan jaringan dengan industri besar dan investor kreatif

2. Belum Ada Sistem Evaluasi Kinerja Transformasi Digital UKM yang Terintegrasi

Tidak semua pemerintah daerah memiliki sistem dashboard atau indikator untuk memantau perkembangan transformasi digital UMKM, sehingga perlu kebijakan penguatan data governance dan digital maturity index UMKM

3. Potensi Budaya Lokal Belum Tersinergi Secara Digital

Banyak budaya lokal belum didigitalisasi secara sistemik oleh pelaku UKM, padahal ini bisa menjadi keunggulan komparatif, sehingga perlu kebijakan pelestarian budaya melalui digitalisasi produk dan storytelling kreatif.

Dengan demikian, rekomendasi kebijakan yang dapat disampaikan kepada Pemerintah Provinsi Jawa Tengah adalah ‘Penguatan ekosistem sumber daya pengetahuan dan inovasi (**knowledge and innovation hubs**)’. Adapun usulan program praktisnya yaitu dengan ‘**Mengembangkan platform berbasis digital bagi UMKM untuk berbagi pengetahuan dan praktik terbaik, yang memungkinkan peningkatan kemampuan penyerapan pengetahuan dan adaptabilitas terhadap perubahan pasar yang dinamis**’. Adapun fitur utama dari platform ini adalah:

1. Knowledge Repository

- a. Katalog praktik terbaik (contoh: manajemen produksi, pengemasan kuliner, branding dan marketing kriya dll).
- b. Template SOP, panduan legal, modul micro-learning (keuangan, marketing digital, HKI).

2. Marketplace & Showcase

- a. Integrasi dengan e-commerce (Tokopedia, Shopee, Blibli).
- b. “Toko resmi ekraf Jateng” dengan kurasi produk unggulan

3. Mentorship & Advisory Online

- a. Sistem booking mentor (praktisi, akademisi, desainer, konsultan hukum/HKI).
- b. Fasilitas klinik daring HKI, sertifikasi, dan akses pembiayaan

4. Data Commons & Insight Pasar

- a. Dashboard tren wisata, data konsumsi, tren harga bahan baku, data transaksi marketplace
- b. Fitur analitik sederhana: rekomendasi harga, kata kunci promosi, segmentasi pembeli.

5. Innovation & Collaboration Tools

- a. Forum kolaborasi untuk co-creation produk (misalnya desainer + pengrajin + startup AR/VR).
- b. Fitur challenge & hackathon digital (kompetisi inovasi packaging, desain ramah lingkungan, produk digital kreatif).
- c. Fitur talent pool dan SDM pendukung suksesnya inovasi (akademisi, komunitas, usaha besar, lembaga keuangan, lembaga riset dll)

Selanjutnya, pelaku UMKM seringkali kurang tertarik jika sekedar diminta untuk ‘belajar online’. Oleh karenanya diperlukan strategi untuk menjadikan platform holistic ini sebagai pintu masuk ke peluang ekonomi. Berikut adalah strategi dan rekomendasi praktis strategi adopsi platform digital holistik UMKM Kreatif Jateng:

1. Pendekatan Insentif dan Value Creation

- a. Voucher Digitalisasi, dimana pengguna pertama diberi voucher untuk layanan nyata (misalnya foto produk profesional, konsultasi HKI, desain kemasan), sehingga UMKM akan langsung merasakan manfaat nyata dari platform.
- b. Gamifikasi & Reward, dengan memberikan poin loyalitas bagi UMKM yang aktif sebagai partisipan (upload praktik, mengikuti pelatihan, menyelesaikan modul) dapat ditukar dengan subsidi biaya sertifikasi atau peluang pameran.
- c. Linkage ke Pasar, hanya UMKM yang terdaftar & aktif di platform bisa ikut showcase resmi Pemprov.

2. Onboarding yang Sederhana & Kontekstual

- a. Pendaftaran cepat dengan persyaratan teknis yang sangat minimal (one click) dengan NIB / KTP menggunakan WhatsApp
- b. Konten dalam bahasa lokal & visual (misal video pendek, infografis, tutorial praktis, bukan modul teoretis panjang).
- c. Cluster-based onboarding atau metode pelatihan per subsektor (batik, kriya, kuliner, musik).

3. Model Blended / Hybrid

- a. Learning station offline di creative hub/galeri untuk membantu UMKM yang kurang melek digital.
- b. *Coach in Residence* sebagai fasilitator lokal untuk mendampingi UMKM memanfaatkan platform saat klinik tatap muka

4. Social Proof & Komunitas

- a. Champion agent UMKM, dengan memilih role model lokal (misalnya pengrajin Jepara, pembatik Pekalongan) yang sudah sukses karena memanfaatkan platform, membuat testimoni dan showcase.
- b. Komunitas sebagai motor, kolaborasi dan integrasi dengan asosiasi / kelompok pengrajin (Dekranasda, komunitas fesyen/animasi) sehingga peer pressure akan mendorong partisipasi.
- c. Fitur “peer-to-peer sharing” dimana UMKM bisa saling berbagi SOP, tips, template, sehingga merasa platform menjadi milik bersama.

5. Integrasi dengan Kebijakan dan Regulasi

- a. Preferensi akses program pemerintah. UMKM yang aktif di platform diprioritaskan untuk mendapatkan bantuan peralatan, pameran, fasilitasi ekspor, sertifikasi halal/SNI.
- b. Pengadaan pemerintah pro-UMKM. Hanya produk yang terdaftar di katalog platform yang bisa masuk e-procurement atau event Pemprov.

6. Monitoring & Feedback Cepat

- a. Dashboard progres personal, dimana UMKM bisa melihat langsung capaian kinerjanya seperti omzet penjualan, produk terdaftar, akses pasar baru.
- b. Feedback loop, survei singkat setelah layanan (foto produk, mentoring) untuk evaluasi kualitas konten dan layanan.
- c. Iterasi konten, update berkala berdasarkan kebutuhan nyata (contoh: tips masuk Shopee saat musim lebaran, cara ekspor kecil-kecilan ke negara tetangga dll).

REFERENSI

Adhiatma, A., Hakim, A., Fachrunnisa, O., & Hussain, F. K. (2023). The role of social media business and organizational resources for successful digital transformation. *Journal of Media Business Studies*, 21(1), 23– 50. <https://doi.org/10.1080/16522354.2023.2203641>

Baiyere, A., Salmela, H., & Tapanainen, T. (2020). Digital transformation and the new logics of business process management. *European Journal of Information Systems*, 29(3), 238–259. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2020.1718007>

Baiyere, A., Tapanainen, T., & Salmela, H. (2018). Agility of business process - lessons from a digital transformation context. Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) MCIS, 2018. <https://aisel.aisnet.org/mcis2018/1>

Fachrunnisa, O., & Hussain, F. K. (2020). A methodology for creating sustainable communities based on dynamic factors in virtual environments. *International Journal of Electronic Business*, 15(2), 133–159. <https://doi.org/10.1504/IJEB.2020.106504>

Fachrunnisa, O., Adhiatma, A., & Tjahjono, H. K. (2020). Cognitive collective engagement: Relating knowledge-based practices and innovation performance. *Journal of Knowledge Economy*, 11(2020), 743– 765. <https://doi.org/10.1007/s13132-018-0572-7>

Ismail, M. H., Khater, M., & Zaki, M. (2018). Digital business transformation and strategy: What do we know so far? (January). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.36492.62086>

Kerroum, K., Khiat, A., Bahnasse, A., Aoula, E. S., & Khiat, Y. (2020). The proposal of an agile model for the digital transformation of the University Hassan II of Casablanca 4.0. The 15th International Conference on Future Networks and Communications (FNC) August 9-12, 2020, Leuven, Belgium, 175, 403–410. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.07.057>

Saragih, L. R., Dachyar, M., & Zagloel, T. Y. M. (2021). Implementation of telecommunications cross-industry collaboration through agile project management. *Heliyon*, 7(5). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07013>